

<<以产品设计为核心的品牌战略>>

图书基本信息

书名：<<以产品设计为核心的品牌战略>>

13位ISBN编号：9787564017682

10位ISBN编号：7564017686

出版时间：2008-10

出版时间：北京理工大学出版社

作者：杨明洁

页数：267

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<以产品设计为核心的品牌战略>>

### 内容概要

本书是继《杨明洁设计实录-从慕尼黑到上海》后的一本关于品牌策略、品牌识别性、产品规划、产品设计的书。

全书共分九章，每个章节分别讲述了一至三个设计案例，大多为作者亲自设计或参与项目，包括富士通、西门子、法国Gdium笔记本电脑、西门子手机与XELIBRI手机、宝马与保时捷的品牌衍生产品、F1品牌大中华区授权产品、瑞典绝对伏特加等著名品牌的产品。

该书可供各大专院校作为教材使用，也可供从事相关工作的人员作为参考用书使用。

## <<以产品设计为核心的品牌战略>>

### 作者简介

杨明洁，来自德国的华人设计新锐，首位与瑞典绝对伏特加品牌合作的华人产品设计师。

曾任德国西门子设计总部产品设计师。

获2006年中国设计业十大杰出青年荣誉。

现任杨明洁品牌&产品顾问机构总监，上海设计中心副秘书长

先后毕业于浙大、中国美院工业设计专业，2001年获德国“WK”基金会全额奖学金赴德留学，获工业设计硕士。

曾获包括德国红点2002概念金奖、2008亚洲最具影响力设计银奖在内的十多项国际设计赛事奖项。并担任多项设计赛事评委。

2005年创办杨明洁品牌&产品顾问机构，客户涉及西门子、博世、绝对伏特加、美国Kingston、NBA、法国EMTEC、F1、中海油、世博会等国内外高端品牌。

2007年创办“Y-TOWN”设计师品牌。

## <<以产品设计为核心的品牌战略>>

### 书籍目录

作者简介前言第一章 从一个单件的产品到一个品牌体系的产品 第一节 两个未被设计的垃圾箱与许多被设计了的垃圾 第二节 从一个产品单件到一个产品家族 第三节 以产品为核心的品牌规划体系第二章 富士通—西门子电脑类产品的品牌识别性第三章 法国Gdium笔记本电脑的产品家族体系 第一节 法国Gdium笔记本电脑 第二节 法国Gdium笔记本电脑的周边设备 第三节 法国Gdium笔记本电脑的品牌识别及包装系列第四章 西门子手机与XELIBRI手机的策略与成败第五章 宝马与保时捷的品牌衍生产品 第一节 宝马与宝马的品牌衍生产品 第二节 MINI与MINI的品牌衍生产品 第三节 保时捷与保时捷设计第六章 F1品牌大中华区授权产品策略与设计第七章 瑞典绝对伏特加的品牌原型与双瓶装设计第八章 三个特立独行的设计师品牌第九章 实验性的设计品牌——Y-TOWN后记及致谢

## <<以产品设计为核心的品牌战略>>

### 编辑推荐

《以产品设计为核心的品牌战略:杨明洁设计实录2从西门子到Y-TOWN》由北京理工大学出版社出版

<<以产品设计为核心的品牌战略>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>